



Critique d'art

Actualité internationale de la littérature critique sur l'art contemporain

26 | Automne 2005
CRITIQUE D'ART 26

Le Design qu'on a du mal à désigner

Véronique Vienne



Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/critiquedart/1118>

DOI : 10.4000/critiquedart.1118

ISBN : 2265-9404

ISSN : 2265-9404

Éditeur

Groupement d'intérêt scientifique (GIS) Archives de la critique d'art

Édition imprimée

Date de publication : 1 septembre 2005

ISBN : 1246-8258

ISSN : 1246-8258

Référence électronique

Véronique Vienne, « Le Design qu'on a du mal à désigner », *Critique d'art* [En ligne], 26 | Automne 2005, mis en ligne le 03 février 2012, consulté le 03 mai 2019. URL : <http://journals.openedition.org/critiquedart/1118> ; DOI : 10.4000/critiquedart.1118

Ce document a été généré automatiquement le 3 mai 2019.

Archives de la critique d'art

Le Design qu'on a du mal à désigner

Véronique Vienne

RÉFÉRENCE

Heller, Steven. *De Merz à Emigre et au-delà : graphisme et magazines d'avant-garde au XXe siècle*, Paris : Phaidon, 2005

Graphic design for the 21st Century = Le Design graphique au 21e siècle, Cologne : Taschen, 2005, (Icons)

- 1 Comment objectiver une notion subjective ? Les graphistes se demandent comment bien parler de « design graphique » —terme vague qui désigne ce que les designers eux-mêmes ont du mal à désigner—.
- 2 Tel est aussi le dilemme des auteurs et critiques d'art qui s'intéressent à ce que les anglo-saxons appellent *graphic communication* : une discipline qui consiste à traduire en deux dimensions, à l'aide de mots et d'images, des informations, des notions ou des idées abstraites dont le seul point commun est le langage utilisé pour leur représentation.
- 3 Il est beaucoup plus facile de discourir sur le design pur dont l'objet est concret voire même fonctionnel. Un meuble, un outil, une machine, un gadget se voient à l'œil nu. Et bien qu'une page graphique ou un écran d'ordinateur soient tout aussi visibles, leur sujet l'est beaucoup moins. Le plus souvent, l'information graphique est absorbée par le cerveau avant d'être perçue comme une chose en soi.
- 4 Pour se faire remarquer, les graphistes sont souvent tentés de sacrifier la clarté au profit de la nouveauté. Ils rivalisent de virtuosité pour que l'on remarque leur travail au même titre que le travail de leurs collègues qui dessinent des objets en trois dimensions. Ceci complique la tâche du critique d'art qui doit se préoccuper non seulement de la qualité de l'expression graphique mais aussi de son inventivité, de sa capacité à nous distraire du dessein (dessin) originel de dire, de transmettre, ou d'expliquer.

- 5 Trois livres sur le graphisme récemment publiés en français illustrent ce problème. Tous trois à la recherche d'une vision d'ensemble, ils demandent à leurs lecteurs un effort considérable pour déchiffrer le pourquoi de leur propos. Plus qu'une analyse critique du succès ou de l'échec de la communication graphique, les auteurs proposent des interprétations contextuelles.
- 6 A commencer par le numéro spécial Design graphique des *Cahiers du Musée National d'Art Moderne*¹ qui recueille des articles et des entretiens hétérogènes ayant le mérite d'être bien écrits et variés ; en particulier l'historique du logo du Centre Pompidou, dessiné par Jean Widmer, un article sur le travail de deux affichistes de l'entre-deux-guerres, Cassandre et Jan Tschichold et une étude comparative de la mise en page de *La Cantatrice chauve* d'Eugène Ionesco par Robert Massin mais aussi des *Epiphanies* de Henri Pichette par Pierre Faucheux. Mais pourquoi cette sélection arbitraire de sujets historiques et d'entretiens ? Dans son introduction, le rédacteur en chef, Jean-Pierre Criqui ne se sent pas tenu de justifier les raisons de ses choix. Faut-il déjà s'estimer heureux que le Centre Pompidou aborde enfin le sujet du graphisme sans en plus se poser des questions de parti pris ?
- 7 Dans un autre registre, plus commercial celui-là, le livre de poche *Graphic design for the 21st Century = Le Design graphique au 21e siècle* chez Taschen est décevant. Par Charlotte et Peter Fiell, deux londoniens spécialistes du design et auteurs de nombreux livres pour Taschen, ce petit ouvrage donne la parole à 45 graphistes jugés d'avant-garde, dont une bonne vingtaine est installée en Angleterre contre quatre aux Etats-Unis et cinq en France.
- 8 Les brefs commentaires qui accompagnent chaque dossier semblent aussi arbitraires que la décision d'inclure ou d'exclure certains artistes. Le texte explicatif est de toute évidence le résultat d'entretiens téléphoniques ou de courriels entre auteurs et sujets. Chaque designer a droit à une platitude en exergue en anglais, telle que « *Language is a virus, money is a nasty disease* »² (Jonathan Barnbrook) ou encore « *Style =Fart* »³ (Stefan Sagmeister). Ces citations médiocres portent littéralement préjudice à la profession en représentant les graphistes comme des gens de petite envergure, ce qui n'est que rarement le cas.
- 9 A la différence des deux premiers, le troisième livre, publié par Phaidon, est un volume important. *De Merz à Emigre et au-delà : graphisme et magazines d'avant-garde au XXe siècle* présente une sélection de publications internationales ayant influencé ou ayant été influencées par des mouvements révolutionnaires ou simplement contestataires du XXe siècle. La quantité des illustrations rassemblées par l'auteur, le prolifique Steven Heller, est aussi impressionnante que la qualité de la recherche historique sur laquelle repose le texte.
- 10 Pourtant l'ouvrage laisse le lecteur face à un « pourquoi ? ». Pourquoi ce déballage de publications de tous formats et de tous styles dont le seul point commun est le mot « avant-garde » ? Pour le plaisir de l'œil peut-être ? Amateurs d'art graphique comme professionnels avisés se régaleront à chaque page grâce aux magnifiques couvertures de magazines et mises en pages par les plus grands graphistes, depuis Kurt Schwitters (Merz) jusqu'à Rudy VanderLans (Emigre). Ici personne ne manque à l'appel —seule manque une compréhension du rôle de l'expression graphique dans la propagation des idées avant-gardistes.

- 11 Le graphisme trouvera sa place dans l'histoire de l'art quand on comprendra ce qui fait sa spécificité en tant que moyen d'expression —et non comme simple moyen de communication. Combiner ensemble mots et images est un acte unique qui conditionne et le regard et l'esprit du spectateur. Le va-et-vient entre l'abstraction du mot et la matérialité de l'image suscite un léger malaise dans les deux hémisphères cérébraux qui doivent gérer simultanément deux entités de natures différentes. La magie du design graphique réside dans la physiologie de ce décodage mental qui fait qu'on a du mal à désigner ce que l'on voit. Une analyse critique de l'effort de lecture requis pour intégrer en un tout les deux parties d'une œuvre graphique pourrait commencer à révéler le pourquoi de notre fascination pour cette extraordinaire forme d'expression contemporaine.
-

NOTES

1. *Les Cahiers du Musée National d'Art Moderne*, n°89, automne 2004 (numéro spécial Design graphique)
2. « Le langage est un virus, l'argent un méchante maladie » (traduit en français par l'auteur)
3. « Style = Merde »